

STRATEGI BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH BATIK  
JONEGOROAN DI HOME INDUSTRI KERAJINAN BATIK  
MARELY JAYA BOJONEGORO

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jawa Timur



DISUSUN OLEH :

FENTY KURNIA ENDAH R  
1042010054

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2014

STRATEGI BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH BATIK  
JONEGOROAN DI HOME INDUSTRI KERAJINAN BATIK  
MARELY JAYA BOJONEGORO

Disusun Oleh :

FENTY KURNIA ENDAH R

---

1042010054

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

---

NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M. Si

---

NIP 19550781993022001

**STRATEGI BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH BATIK  
JONEGOROAN DI HOME INDUSTRI KERAJINAN BATIK  
MARELY JAYA BOJONEGORO**

Oleh :

**FENTY KURNIA ENDAH RAHAYUNINGTYAS**  
NPM 1042010054

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada Tanggal 23 Juni 2014

Menyetujui,  
PEMBIMBING UTAMA

## TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Siti Ning Farida, M.Si  
NIP. 196407291990032001

Dra.Hj. Suparwati, M.Si  
NIP.19550781993022001  
2. Sekretaris

Dr.Eddy Poernomo, SE , MM  
NIP. 195408251984031001  
3. Anggota

Dra. Siti Ning Farida, M.Si  
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 19550781993022001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena dengan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga Skripsi dengan judul : ”Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya Bojonegoro” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Siti Ning Farida, Dra., M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima dukungan dari Kedua Orang Tua dan berbagai pihak, baik dukungan moril, materiil maupun spirituil. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Lia Nirawati, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Siti Ning Farida, Dra., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Susi Hariyawati, S.Sos, sebagai dosen wali.

5. Bapak/Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Pihak Home Industri Kerajinan Batik Jonegoroan Marely Jaya Bojonegoro yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan Skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya,     Juni 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1. Secara Praktis .....	13
2. Secara Teoritis .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) .....	16
2.2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM) .....	16

2.2.1.2	Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UKM) .....	18
2.2.1.3	Keunggulan dan Kelemahan UKM .....	20
2.2.1.4	Ciri-ciri Usaha Kecil dan Menengah (UKM) .....	22
2.2.2	Manajemen Strategi .....	23
2.2.3	Strategi Fungsional .....	24
2.2.4	Analisis SWOT .....	43
2.2.4.1	Cara Membuat Analisis SWOT .....	48
2.2.5	Penjualan .....	50
2.2.5.1	Proses Penjualan .....	51
2.2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Penjualan .....	53
2.2.6	Profit .....	55
2.3	Kerangka Berfikir .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	59
3.2	Batasan Masalah Penelitian .....	61
3.3	Lokasi Penelitian .....	62
3.4	Unit Analisis Penelitian .....	62
3.5	Subyek dan Informan Peneliti .....	63
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.7	Teknik Analisis Data .....	66
3.8	Pengujian Keabsahan Data .....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran umum .....	69

4.1.1	Profil Perusahaan .....	69
4.1.2	Visi dan Misi .....	70
4.1.3	Struktur Organisasi .....	70
4.1.4	Tugas dan Wewenang .....	72
4.2	Hasil Penyajian Data .....	74
4.2.1	Identitas Informan .....	75
4.2.2	Hasil Penelitian .....	76
4.2.2.1	Analisis SWOT .....	78
4.2.2.2	Strategi Keuangan .....	80
4.2.2.3	Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia .....	81
4.2.2.4	Strategi Pemasaran .....	82
4.2.2.5	Strategi Produksi .....	86
4.3	Pembahasan .....	87
4.3.1	Analisi SWOT .....	94
4.3.2	Strategi Keuangan .....	97
4.3.3	Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia .....	98
4.3.4	Strategi Pemasaran .....	100
4.3.5	Strategi Produksi .....	106

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan .....	108
5.2	Saran .....	109

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1	Analisis SWOT .....	49
Gambar 2.2.2	Kerangka Berfikir .....	57
Gambar 4.1.1	Struktur Organisasi Marely Jaya .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan Tahunan Marely Jaya.....	11
Tabel 2.1	Kriteria Usaha Kecil dan Menengah .....	19
Tabel 4.2.1	Data Informan .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan Wawancara untuk Pemilik .....	xiv
Lampiran 2	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Pemasaran .....	xxi
Lampiran 3	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Desain .....	xxiii
Lampiran 4	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Mencanting .....	xxv
Lampiran 5	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Melorot .....	xxvi
Lampiran 6	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Mewarnai .....	xxvii
Lampiran 7	Panduan Wawancara untuk Karyawan: Pengepakan .....	xxix
Lampiran 8	Panduan Wawancara untuk Pelanggan: Ibu Dwi Harningsih .....	xxx
Lampiran 9	Panduan Wawancara untuk Pelanggan: Ibu Mamsuhah .....	xxxi
Lampiran 8	Dokumentasi .....	xxiii

## ABSTRAKSI

FENTY KURNIA ENDAH RAHAYUNINGTYAS, 1042010054. Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro. Pembimbing Utama Dra. Siti Ning Farida, M.Si.

Penelitian ini didasarkan pada strategi bisnis yang dilakukan oleh Marely Jaya dan merupakan strategi awal dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Peneliti meneliti Usaha Kecil dan Menengah Di Marely Jaya Bojonegoro ini karena ingin mengetahui strategi bisnis dan analisis SWOT yang dilakukan Marely Jaya Bojonegoro. Marely Jaya ini karena merupakan salah satu Usaha Kecil dan Menengah yang dapat bertahan dari tahun ke tahun. Peneliti melakukan penelitian ini selama hampir satu bulan. Maka dari itu peneliti mengambil judul “Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro”.

Metode analisis ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan realita sosial yang kompleks dengan menerapkan konsep-konsep teori yang ada. Dalam penelitian ini digunakan 9 responden, dimana responden diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil Strategi bisnis Usaha Kecil dan Menengah yang diamati dalam penelitian ini menunjukkan bahwa didalam mengolah keuangan dari sisi strategi produksi. Sedangkan didalam Manajemen Sumber Daya Manusia merekrut tenaga kerja, maka dianalisis menggunakan Analisis SWOT yang meliputi Strength (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman).

Kata Kunci: Strategi bisnis yang meliputi Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Produksi dan Analisis SWOT.

## ABSTRACT

FENTY KURNIA ENDAH RAHAYUNINGTYAS, 1042010054. Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro. Pembimbing Utama Dra. Siti Ning Farida, M.Si.

The study was based on a business strategy that is carried out by CV PLAN>net Desain and an initial of strategy in developing a business that can survive in long periods of time. Researchers examined the Small and Medium Enterprises in Bojonegoro Jaya Marely this because they want to know the business strategy and SWOT analysis conducted Marely Jaya Bojonegoro. Marely Jaya is because it is one of the Small and Medium Enterprises to survive from year to year. Researchers conducted the study for almost a month. Thus the researchers took the title " Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro ".

This analysis method using qualitative descriptive study with the aim to describe the complex social reality by applying the concepts of existing theories. In this study, the 9 respondents, where respondents were taken by using purposive sampling technique.

Results Strategy for Small and Medium businesses observed in this study suggests that in the financial process of the production strategy. While in Human Resource Management hiring, then analyzed using SWOT analysis covering Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats.

Keywords: business strategy which includes Finance, Human Resource Management, Marketing, Production and SWOT Analysis.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha kecil yang merupakan salah satu pilar perekonomian nasional. Hal ini disebabkan karena kemampuannya bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyerap tenaga kerja sangat membantu kelangsungan roda perekonomian di negara kita. Karena usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berfikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya.

Semakin banyaknya usaha kecil mengakibatkan ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis yang lebih unggul, dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu, penyesuaian diri pelaku bisnis terhadap perkembangan keadaan mutlak diperlukan. Menghadapi persaingan tersebut, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu yang

dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas / kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan. Kreatifitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreatifitas imajinasi konsep strategi kedalam langkah-langkah prosedur penerapan program strategi bisnis.

Strategi yang dilakukan adalah mengendalikan dana dengan memaksimalkan semua nilai perusahaan. Strategi sumber daya manusia adalah mengembangkan dan mempertahankan karyawan dalam menjalankan aktifitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnis. Strategi ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masing – masing karyawan dengan memberikan kompensasi agar mereka termotivasi dalam melakukan pekerjaannya, selain itu manajer harus mampu mengelola unsur manusia secara baik agar memperoleh tenaga kerja yang mencintai

dan puas akan pekerjaannya. Strategi pemasaran adalah senjata utama dalam kegiatan bisnis karena dengan adanya pemasaran yang efektif maka seluruh kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pemasaran memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis, karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus dapat menarik konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkannya. Strategi produksi yang dilakukan adalah bagaimana mengolah barang produksi tersebut sehingga menghasilkan produk yang mempunyai ciri khas tersendiri. Strategi produksi harus diterapkan agar barang yang diproduksi memiliki keunggulan tertentu yang dapat dijadikan ciri khas oleh konsumen dari para pesaing.

Lokasi Sentra sebagai pesaing Kerajinan Batik Jonegoroan antara lain :

1. Kecamatan Temayang di Desa Jono dan di Desa Temayang

IBU SITI pengusaha berasal desa Jono kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro ini telah sukses dengan usaha batiknya yang sudah lama ditekuninya yang dimulai dari tahun 2009 hingga sekarang. Di rumahnya yang terletak di Desa Jono RT.16 RW.04 Kecamatan Temayang Bojonegoro.

Motif yang dihasilkan antara lain motif mangga, motif pisang, motif lombok (cabe), motif daun jati, batik motif sapi, dan masih banyak lagi motif yang lainnya.



Ibu Siti merintis usahanya dengan modal awal Rp. 200.000 dengan modal pinjaman. Seiring berjalannya waktu kain batiknya kini masyarakat sudah mengetahui bisnis kain batiknya, yang awalnya dari orang-orang terdekat hingga mengikuti pameran-pameran yang ada di wilayahnya kini pemasaran kain batiknya terdapat banyak di pasar-pasar dan toko-toko di Bojonegoro bahkan hingga luar kota. Dengan perkembangan usaha batiknya yang diterima dengan baik di kalangan masyarakat Bojonegoro banyak masyarakat yang memakainya bahkan kini masyarakat banyak yang mengenakan baju batik milik Ibu Siti disetiap acara-acara resmi.

## 2. Kecamatan Dander di Desa Mojoranu

Ny. Sulatin (47) perajin asal Desa Mojoranu Kecamatan Dander. Menurut Ibu Sulatin dengan keterbatasan alat cetak batik ini menjadi penyebab utama menghambat produktifitas perajin. Sedangkan bantuan dari pemerintah Bojonegoro ataupun dari institusi lain masih belum menambah.

Di paguyupan Batik khas Bojonegoro baru dapat bantuan hanya dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Bojonegoro, baru delapan buah alat.

Dari keterangan ibu Sulatin yang berprofesi sebagai tenaga pengajar di salah satu sekolah di Kecamatan Dander. Produktifitas rata-rata pengrajin semua yang ada di Bojonegoro ini

mampu per hari mencapai 50 unit, paling maksimal per orang hanya 5 sampai 10 unit perhari.

Pengetahuan soal harga kain batik kita oleh masyarakat kita digebyah uyah. Artinya semua jenis batik, motif dan memakai berapa macam warna semua di samakan harganya.

### 3. Kecamatan Purwosari di Desa Purwosari

Pasangan suami istri, Bapak Untoro dan Ibu Kastiani, warga RT 01 RW 01 Dusun Korgan, Desa/Kecamatan Purwosari sangat ulet. Bapak Untoro sudah dua tahun ini menekuni usaha kerajinan batik Jonegoroan. Awalnya belajar membuat batik motif jonegoroan melalui pelatihan yang diadakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Bojonegoro. Ia mengaku awalnya kesulitan membuat batik khas Bojonegoro itu. Untoro juga mendapatkan modal awal untuk merintis usaha kerajinan batik Rp 10.000.000,00. Selain itu, ia juga mendapatkan bantuan peralatan seperti mesin cetak batik, meja, dan juga kompor.

Bapak Untoro ada sembilan motif batik khas jonegoroan lama yakni gotro renounce, sekar jati, karanglembu, parangdahono mongal, jagung miji emas, pari sumilah, rancak tengul, meliwis mukti, dan soto gondowangi. Semua motif batik khas jonegoroan itu menggambarkan potensi lokal Bojonegoro. Selain motif lama itu, kata Untoro, kini juga ada motif baru yang digandrungi yakni

motif buah-buahan seperti pisang, salak, belimbing, mangga, dan buah rosela. Motif buah-buahan itu juga menggambarkan potensi buah-buahan yang ada di Bojonegoro.

Mengembangkan usaha kerajinan batik khas jonegoroan di kampung pedesaan memang tidak mudah. Bapak Untoro dan Ibu Kastiani mengajak warga di kampungnya belajar membatik dan sekaligus memberi pemasukan bagi ibu rumah tangga. Tetapi, kerajinan batik ini membutuhkan ketelatenan dan kesabaran sehingga tidak semua ibu rumah tangga di kampungnya mau menekuni kerajinan batik ini, dan hanya beberapa orang saja yang mau belajar membatik.

Meski begitu, Bapak Untoro dan Ibu Kastiani tidak mau menyerah. Mereka terus menekuni usaha kerajinan batik ini. Untuk batik coletan atau batik tulis per potongnya dijual seharga Rp120.000. Sedangkan, batik cap dengan satu warna biasanya dijual seharga Rp60.000. Usaha ini dinamakan Rumah Batik Tiani yang sekarang sudah terkenal dikampungnya

Bapak Untoro mengatakan dalam sehari kain batik yang diproduksi dapat mencapai 10 potong. Hasil kerajinan kain batik miliknya kini banyak dipajang di galeri Dekranasda di dekat Stasiun Besar Bojonegoro. Selain itu, kain batik jonegoroan itu juga banyak dipesan sekolah mulai SD, SMP, dan SMA di Bojonegoro.

Modal yang kurang untuk pengembangan usaha. Bapak Untoro mengaku kini masih belum berani meminjam uang di bank atau koperasi untuk mengembangkan usahanya itu. Ia lebih memilih perlahan mengembangkan usahanya itu dengan keuntungan yang diperolehnya.

Meski sudah dua tahun menekuni usaha kerajinan batik ini, Bapak Untoro mengaku belum ada dukungan baik modal maupun promosi dari pemerintah desa maupun kecamatan. Padahal usaha kerajinan batik ini selain mempromosikan Bojonegoro lewat batik, juga memberi lapangan pekerjaan bagi ibu ibu rumah tangga.

#### 4. Kecamatan Bojonegoro di Jalan Teuku Umar

Moch. Arifin N (29) perajin dan penjual batik Jonegoroan di Toko Griya Batik Jalan Teuku Umar. Batik yang paling diminati pembeli adalah batik semi tulis. Karena harganya berada di tengah-tengah antara batik tulis dan cap. Rata-rata harga antara Rp100.000 hingga Rp200.000 per meter.

Sedangkan untuk harga batik tulis per meter Rp250.000 hingga Rp400.000, dan untuk batik cap Rp65.000 hingga 75.000.

Usaha batik yang dirintis oleh Arifin ini tak sekadar diminati masyarakat Bojonegoro saja. Melainkan juga sudah keluar ke berbagai wilayah seperti Surabaya, Jakarta, Jember, Malang, Semarang, dan kota lainnya. Semua bermotif khas Bojonegoro.

Usaha ini saya mulai pada tahun 2010 silam, dan kini pemasarannya sudah sampai keluar kota, tidak hanya di Bojonegoro saja, demikian kata Bapak Arifin.

Semua Lokasi Sentra bisa dikatakan pesaing karena masing-masing perusahaan ingin mendapatkan pelanggan yang tetap. Dan dari keempat Lokasi sentra yang ada di Bojonegoro yang paling berkembang setiap tahunnya adalah Marely Jaya karena Marely Jaya yang pertama mendirikan Perusahaan Batik Jonegoroan daripada keempat perusahaan lokasi sentra. Dari semua lokasi sentra membuat motif yang sama karena berawal dari Tim Pengerak PKK yang mengadakan lomba mendesain Batik yang dimiliki Khas Bojonegoro, 600 karya dan penyeleksian dipilih sembilan motif batik khas bojonegoro, dan sekarang menjadi empatbelas motif khas Bojonegoro. Meskipun berbeda nama perusahaan tetapi semua lokasi sentra yang ada di Bojonegoro mencantumkan Batik Jonegoroan karena sebagai wujud keberhasilan mengangkat nama Bojonegoro keluar daerah dan mampu untuk menata dan mensejahterakan wong Bojonegoro.

Penentuan usaha bagi bentuk usaha kecil menengah adalah sangat penting, hal tersebut sehubungan efisiensi atas biaya dalam memperoleh bahan baku maupun menghemat biaya transportasi dalam distribusi dan penjualan produk akhirnya. Lokasi yang mudah dilihat, mudah ditemukan dan tidak sulit menjangkaunya akan sangat membantu dalam pemasaran produk atau jasa suatu usaha kecil menengah. Dengan sering di lihat, dilewati atau didatangi, suatu produk akan berpeluang untuk dibeli lebih

banyak, lebih sering atau lebih laku dari produk sejenis di tempat lain dan sekitarnya. (Subanar, 2001 : 33 & 135 ).

Dalam menentukan tempat usaha, pelaku bisnis dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT (strenght, weaknesses, opportunities, threats) dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Pelaku bisnis harus dapat menentukan strenght atau kekuatan mereka agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan bisnisnya, weaknesses atau kelemahan adalah hal yang harus diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh para pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal inilah yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari bagi para pelaku bisnis juga akan memiliki opportunities atau peluang dalam usahanya. Jika peluang tersebut didapat maka pelaku bisnis dapat segera memanfaatkan peluang tersebut untuk menarik minat konsumen agar membeli produknya. Threats atau ancaman adalah halangan utama para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Ancaman tersebut dapat berupa banyaknya pesaing dan juga mulai beralihnya konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bisnis.

Analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis agar dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dapat berjalan sesuai rencana bisnis dan tercapai tujuannnya. Pelaku bisnis harus berani mengakui apa saja kekuatan (strenght), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan

ancaman (threats) yang ada dalam menjalankan bisnisnya. Kreatifitas adalah kemampuan seorang individu untuk menciptakan ide – ide baru atau menempatkan perspektif baru pada ide – ide lama. Sedangkan hasil dari kreativitas adalah sesuatu yang bisa berupa barang atau bisa pula gagasan yang mengejutkan karena berbagai kemungkinan. Misalkan karena merupakan hal yang baru atau belum pernah ada, belum pernah terpikirkan, unik dan lain sebagainya.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, meskipun jika dilihat skala ekonominya tidak seberapa jauh namun jumlah UKM sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun Negara dapat dirasakan hasilnya.

Terdapat tiga alasan yang mendasari negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UKM yaitu :

1. Kinerja UKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif.
2. Sebagai bagian dari dinamikanya, UKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi.
3. Sering diyakini bahwa UKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar (Berry, dkk, 2001).

UKM telah mampu bertahan pada saat perekonomian nasional semakin lesu karena dampak krisis moneter. Bahkan eksistensinya mampu untuk menghidupi jutaan korban PHK akibat terpuruknya industri

nasional. Kota Bojonegoro tepatnya banyak memiliki Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tersebar hampir setiap Kabupaten Bojonegoro bergerak dibidang pertanian, kerajinan, makanan dan sebagainya.

Salah satu alasan banyaknya UKM yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dilakukan. Batik Jonegoroan Marely Jaya merupakan salah satu contoh Usaha Kecil dan Menegah yang dapat bertahan dari tahun ke tahun dengan jenis produk kerajinan tangan yang berupa tas, dompet, baju yang mempunyai motif-motif menarik. Usaha ini dapat bertahan lama karena memiliki strategi bisnis yang kreatif dan inovatif yang dilakukan pemilik usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang cukup kompetitif.

Tabel 1.1 : Pendapatan pertahun Marely Jaya

NO	TAHUN	PENDAPATAN
1	2010	Rp 156.979.000,00
2	2011	Rp 299.865.000,00
3	2012	Rp 325.731.000,00
4	2013	Rp 372.117.000,00

Sumber : Data Marely Jaya, Tahun 2014

Strategi bisnis yang dilakukan Pelaku usaha merupakan strategi awal dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama, meskipun produksi yang dihasilkan masih



menggunakan tenaga manusia. Batik Jonegoroan Marely Jaya berada di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro ini berdiri sejak akhir 2009 atau hampir 5 tahun tetap eksis menjalankan usahanya. Dalam menghadapinya persaingan pasar yang cukup marak di Kabupaten Bojonegoro sendiri dengan semakin menjamurnya UKM yang bergerak di Industri kerajinan, Batik Jonegoroan Marely Jaya tentunya memiliki cara-cara tertentu dalam memenangkan persaingan pasar sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Menurut pengamatan kami terdapat kendala utama para perajin ketika permintaan pasar meningkat dari hari ke hari. Permintaan ini biasanya terjadi karena kurangnya tenaga kerja yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul penelitian sebagai berikut : “Strategi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan di Home Industri Kerajinan Batik Marely Jaya Bojonegoro”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi bisnis yang digunakan Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Batik Marely Jaya yang berlokasi di Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro untuk mengembangkan usahanya ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang digunakan pelaku Usaha Kecil dan Menengah Batik Jonegoroan yang berlokasi Jl. Raya Prayungan 154 Kecamatan Sumberjo Kabupaten Bojonegoro dalam mengembangkan usahanya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan Batik Marely Jaya Bojonegoro dalam memberikan informasi atau masukan terhadap masalah yang dihadapi serta memberikan bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijaksanaan strategi bisnis selanjutnya dalam mengembangkan usahanya. Sebagai bahan masukan untuk mengambil keputusan strategi bisnis.

##### 2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bahan pertimbangan selanjutnya, khususnya bagi Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan topik sejenis.